

去年净利润近775亿元

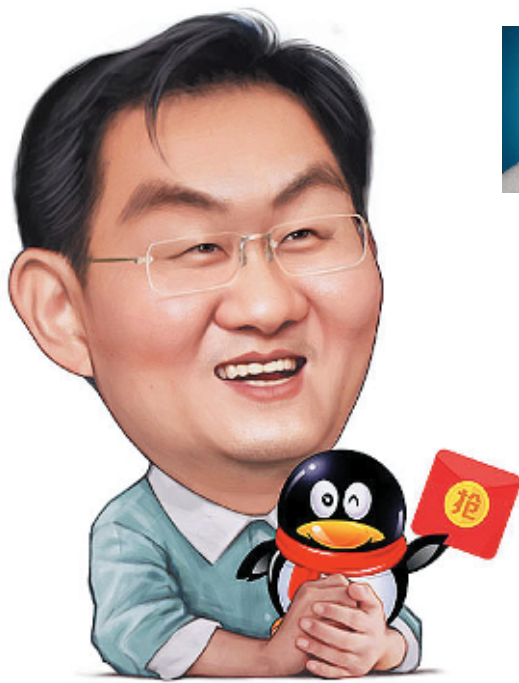
腾讯“每分钟赚147万” 你贡献了多少

曾经有电影台词形容富豪每分钟入账几十万元上下,对于腾讯创始人马化腾来说,这都弱爆了。3月21日下午,腾讯发布了2018年全年及第四季度业绩报告。财报显示,腾讯2018全年收入3126.94亿元同比增长32%,净利润(Non-GAAP)774.69亿元。

记者简单计算了下,腾讯每天净赚2.12亿元。另一个角度说,马化腾每分钟能赚147万元。

作为腾讯架构调整后的首份年报成绩单,整体数据表现较为亮眼。

■据《重庆商报》



智能手游业务 收入778亿元 同比增长24%

游戏业务一向是腾讯的现金“奶牛”。在整个游戏行业面临“寒冬”时刻的2018年,腾讯也受到了行业和市场的质疑。但伴随版号逐渐开闸,腾讯已有8款游戏获批,呈现出乐观的触底反弹趋势,营收前景被业界普遍看好。财报显示,2018年智能手游业务取得人民币778亿元收入,同比增长24%,个人电脑客户端游戏业务实现收入506亿元。游戏业务继续为腾讯体系内其他业务的发展提供了强力且可持续的现金流。

此外,腾讯携手国际优质游戏合作伙伴,在探索开发海外游戏市场,为公司贡献收入增量。财报显示,《PUBG MOBILE》取得突破性的成绩,按月活跃账户数计算,《PUBG MOBILE》成为全球最受欢迎游戏,也被Google Play评为2018年最佳游戏。

□相关链接

腾讯投资700多家公司 超百家估值达10亿美元

而作为腾讯探索未来的另一只手,2018全年腾讯投资也硕果累累,投资了超700家公司,超100家公司的每家估值达到10亿美元,其中包含了60多家已经上市的公司。

腾讯公司总裁刘炽平曾在腾讯投资年会暨IF大会上表示:在产业互联网时代,腾讯正在为各行各业的传统企业、实体企业提供“数字接口”,帮助他们完成与互联网的融合。

作为公司支柱性部门,腾讯投资2018年以来紧跟战略方向,全面加强在产业互联网上下游和前沿科技领域布局,为腾讯进入下半场提供了良好的支撑:包括智慧零售,优质教育,企业金融,汽车服务,传统产业的信息化等,与公司达成良好的生态系统,助力产业互联网转型。

从2018年全年财报来看,正如广发证券的分析判断,腾讯的中长期增长在B端,小程序连接产业、加速B端生态,同时促进广告、支付、云增长。2019年是腾讯第三次架构调整后的第一年,面临着巨大的挑战和机遇,未来腾讯产业互联网转型将继续带来怎样的变化,也更加值得期待。

腾讯云保持高速增长 去年收入91亿元

自2018年9月腾讯架构调整以来,市场都对腾讯ToB业务高度关注。此次财报显示,腾讯云继续保持了高速增长态势:2018全年云收入增长超过100%至人民币91亿元,并于2018年第四季度付费客户同比增长一倍。

根据美国知名行业研究机构Synergy Research的数据报告:在亚太市场,腾讯云Q4收入环比增速为33.6%,是所有62个厂商中增速最高的厂商;全年收入增速达102.6%,在Top10厂商中增速第一。2018年Q4和全年,腾讯云的市场份额分别为5.8%和5.4%,更超越Google,首度进阶位列亚太区第四(前3名分别是AWS、阿里巴巴和微软)。

同样,在中国市场,根据全球企业增长咨询公司Frost&Sullivan刚刚发布的公有云报告:从2017年到2018下半年,腾讯云市场份额占比从15.3%增长到了17%,份额增幅速度领跑全行业。

腾讯自架构调整以来向产业互联网全面转型,依靠多年深耕消费互联网的经验,也搭建起一条独创的CtoB道路:基于庞大的社交关系及开放体系搭建,微信和QQ已形成连接能力更强、共享度更高的服务生态和内容生态。而连接C端的宝贵经验,则成为腾讯打通B端产业链的重要一环。

以微众银行为例,腾讯云将支持过微信、QQ的云计算技术体系引入到微

众银行IT架构中,以此获得云计算的弹性扩展、低成本以及海量数据处理能力,同时采用金融云的人脸核身等新技术,打造创新的互联网业务流程。目前腾讯云已经有6000+金融客户,150多家银行客户,数十家保险及证券公司。

此外,腾讯手握的小程序、企业微信、支付、AI等ToB武器,快速形成了协同效应。以腾讯云与小程序的协作为例,腾讯云给广东省数字政府建设打造的粤省事小程序,通过线上身份认证之后,即可办理所有上线民生服务,有效提升民众的满意度和幸福指数。目前,“粤省事”平台已成为广东居民日常生活重要的工具。

微信月活用户10.98亿 日均总支付交易量超10亿次

在另一侧的消费互联网,腾讯再度展现了旗下社交产品矩阵带来的强大想象力:

微信作为腾讯社交领域的拳头产品,数据表现依然坚挺。微信及WeChat月活跃账户达10.98亿,每天有超过7.5亿微信用户阅读朋友圈发帖。企业微信尤其于大型企业间迅速普及,为中小型企业提供模范,约有80%的中国500强企业成为企业微信的注册用户。

小程序在过去一年中继续稳扎稳打,日活跃账户数也增长迅速,用户人

均日访问量同比增长54%,并在商业领域迎来爆发;小程序上线已近2年,覆盖超过200个细分行业,加深了不同行业(如交通运输及医疗行业)间的渗透,并在商业领域呈现出越来越强的平台转化力。在2018年“11·11”期间,品牌自有小程序表现亮眼,实现了远高于行业平均的转化,DAU也较2017年增长7倍。

移动支付方面,腾讯也继续保持市场的领先地位,在商业支付迅速增长的带动下,2018年日均总支付交易量超10

亿次,商业支付收入同比增长超一倍,第四季度月活跃商户同比增长超80%。凭借小程序及扫码购等功能,在食品及零售行业的支付渗透率也在不断上升。

微信的强社交实力也对广告收入增长形成了反哺。2018财年,腾讯社交及其他广告收入增长55%至人民币398亿元,主要由于微信朋友圈、小程序、QQ看看及移动广告联盟的推动,为腾讯产业互联网转型及内容板块发力提供了稳定的资金流,助力腾讯全面发力B端市场。

QQ月活跃账户数达8.071亿 同比增长3%

QQ方面,截至2018年年底,QQ的月活跃账户数达到8.071亿,同比增长3%。智能终端月活跃账户数同比增长2.5%至6.998亿。腾讯在QQ方面“主攻”年轻用户,2018年21岁或以下用户的智能终端月活跃账户数同比增长13%,年轻用户分享的短视频及小视频流量同

比增长逾50%,QQ看点的日视频播放量同比增长逾300%。

受益于2018年《创造101》等成功的自制综艺及电视剧带来的正面效应,腾讯视频等内容领域的广告收入也呈现出了强劲增长势头,同比增长34%,第四季同比增长21%,同时,腾讯视频的

订购用户数也呈现高速增长,同比增长58%至8900万,日活跃账户的视频播放量同比增长超40%。

在多重业务的集体带动下,腾讯消费互联网的聚合效应初显。未来,腾讯在社交与消费互联网的变现能力或将有更多值得期待的表现。